

京东方科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u>
参与单位名称	China Alpha Fund Management (HK) Limited、Destination Partners Limited、Golden Nest Capital、Lakefront Global Macro Fund、MIRAE ASSET、Point72、UBS Asset Management (Singapore) Limited、WT ASSET MANAGEMENT LIMITED、上海汐泰投资管理有限公司、信达澳银基金管理有限公司
时间	2022 年 1 月 15 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	罗文捷 董事会秘书室工作人员 张 妍 董事会秘书室工作人员
投资者关系活动主要内容介绍	讨论的主要内容： 一、公司业绩及经营情况 2021 年，在面临市场大幅波动等多方挑战下，京东方依托领先的技术产品实力和良好客户结构，经营业绩屡创新高。公司 2021 年前三季度实现归母净利润 200.15 亿元，同比大幅增长 708.43%。三季度单季实现归母净利润 72.53 亿元，同比增长 444.14%。

2021 年下半年，面对行业内的结构性波动，公司灵活调整产品结构，持续提升高技术、高附加值的 IT 类产品比例。2021 年三季度，TV 类产品收入占比 25%，相较于二季度降低约 5%；IT 类产品收入占比 45%，相较于二季度提高约 5%；MBL 及创新应用类产品收入占比 30%，相较于二季度持平。其中，柔性 AMOELD 产品收入占比 12%。公司凭借良好的产品、客户结构优势和灵活的经营策略，竞争力不断提高，盈利维持在较好水平。

在公司物联网转型的过程中，“屏之物联”发展战略承担了落地抓手和行动纲要的重要角色。在“屏之物联”战略的推动下，未来公司将通过给屏集成更多功能、将屏置入更多场景、衍生屏更多的出货形态，让屏融入各个细分市场和应用场景，提供服务，创造价值，实现数字化时代“屏即终端”的产业认知，构建“屏即平台、屏即系统”的产业生态。

二、回答投资者提问

问题 1：如何看行业周期性？

回答 1：半导体显示行业经历了较长的高景气周期后，目前结构性出现了一些波动，主要体现在 TV 领域。2021 年下半年来，由于海运堵塞及物流成本上涨，影响下游客户备货意愿，TV 类产品价格出现结构性调整；IT 类产品得益于更好的需求以及供给集中度，价格出现小幅度回调，整体仍保持相对稳定。

公司维持面板周期弱化的判断，在行业内存量产能逐步退出、新增产能总量有限、产能缓慢释放的背景下，市场份额将逐渐向公司在内的行业头部企业集中，行业集中度将大幅提升，供需结构持续改善。公司依托良好的产品、客户结构以及技术力、

产品力领先，仍保持良好的盈利水平。

此外，行业内的波动可能催生对行业健康发展有利的横向整合，行业的横向整合有助于行业集中度提升，公司时刻关注行业变化，对于参与行业整合持开放态度。

问题 2：如何看待目前及未来的面板价格趋势？

回答 2：根据第三方咨询机构数据，自 2020 年 6 月起，半导体显示行业经历了历史上最长的景气周期，面板涨价持续时间超过一年，2021 年三季度开始步入结构性调整期，产品价格逐渐开始出现分化，基础类产品价格开始松动，但紧俏类、高附加值产品价格波动幅度不大，整体仍保持相对稳定。

得益于较好的需求以及供给的高集中度，目前占公司收入比例更高的 IT 类 LCD 产品价格仍维持相对高位。面临行业的结构性调整，技术创新和管理赋能成为驱动企业高质量发展第一要素，公司将继续发挥产品结构、客户丰富、高效管理等优势，平抑市场波动风险。

2021 年三季度，TV 类 LCD 产品价格呈现较深跌幅，相对来说，更大尺寸、更高端的产品价格跌幅较小；2021 年四季度，TV 类 LCD 产品价格呈现缓跌态势，前期跌幅较大的小尺寸 LCD TV 产品逐渐显现止跌迹象。随着海运堵塞及物流成本上涨的情况逐步缓解，下游厂商备货意愿随之加强，2022 年一季度 TV 类 LCD 产品价格可能基本止跌。

问题 3：公司柔性 AMOLED 业务进展如何？客户情况和出货情况？

回答 3：公司柔性 AMOLED 整体出货量持续增加，2021 年

前三季度出货约 4000 万片，经营状况持续保持良好，预计 2021 年全年同比继续保持大幅增长，经营业绩将持续改善。未来随着客户需求量的增加以及公司柔性 AMOLED 产线的顺利爬坡，公司柔性 AMOLED 产品出货有望持续快速增长，并成为公司业绩的重要增长点之一。

公司目前已为众多全球一线智能手机品牌提供高端柔性 AMOLED 产品，可以全面满足客户中高端、高端、旗舰以及折叠、卷曲的需求，接下来将致力于持续拓展品牌客户更多产品系列。同时，搭载公司柔性 AMOLED 产品的车载、笔记本电脑产品将陆续问世。

随着京东方高端液晶显示技术 ADS Pro、高端柔性显示技术 f-OLED 和高端玻璃基新型 LED 显示技术 α -MLED 三大显示技术品牌的发布，高端柔性显示技术 f-OLED 将支持和赋能更多国内外顶级品牌厂商的多形态智能终端产品。

问题 4：公司的 AR/VR/MR 技术和产品布局情况如何？

回答 4：公司在 LCD、Mini LED 及硅基 OLED 均已进行技术布局。公司为 VR/AR/MR 智慧终端提供的显示解决方案包括高 PPI、高刷新率的 FastLCD 和超高分辨率、超高对比度的硅基 OLED 等极具代表性的显示技术。而在 Mini LED 领域的布局能够进一步提升 Fast LCD 在高对比度、高刷新率、高亮度等方面的性能，辅以 HDR 功能，将更好的发挥 VR 产品近眼超清细腻画质要求。

目前，公司已量产了搭载 Mini LED 背光的 3.2'，2880x2880，1200ppi 的 FastLCD 产品，联合芯片与光学厂商发布了 0.7" FHD 参考设计方案，推出 5644ppi、超高分辨率、120+Hz 高刷新率硅

	<p>基 OLED 产品等代表性产品。同时，有多款产品已与行业知名头部客户达成合作。未来公司将根据客户需求，持续向客户提供 FastLCD、Mini/Micro LED、硅基 OLED 等多元化的解决方案。</p> <p>需要提醒投资者的是，目前该部分业务及相关产品营收占公司总营收规模较小，未来成长程度具有不确定性。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 1 月 15 日